

Resultados de la encuesta: demanda de productos y servicios de Bogotá en 10 ciudades de Colombia

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

4 de septiembre de 2009



Contenido



1. Objetivo general

2. Objetivos específicos

3. Ficha técnica

4. Resultados de la encuesta

4.1. Caracterización de las empresas encuestadas

4.2. Principales aspectos de la demanda de **productos** bogotanos

4.3. Principales aspectos de la demanda de **servicios** bogotanos

5. Conclusiones

6. Recomendaciones



1. Objetivo general

Ampliar la información y el conocimiento de los empresarios bogotanos sobre la demanda de sus productos y servicios, para contribuir a conocer los mercados potenciales y fortalecer el intercambio comercial.



2. Objetivos específicos

- Conocer la percepción que tienen los empresarios de las principales ciudades de Colombia sobre los productos y servicios que se producen en Bogotá; y los factores que son determinantes para comprar productos y servicios en las principales ciudades de Colombia.
- Identificar las características sobre la forma como se realizan los negocios enfocados a la cultura de negociación.
- Identificar los medios más adecuados para ampliar los mercados para los productos y servicios de las empresas de Bogotá en otras ciudades del país y fortalecer el intercambio comercial.
- Identificar recomendaciones para orientar las misiones comerciales de la Cámara de Comercio de Bogotá para promover los productos y servicios producidos en Bogotá.



3. Ficha técnica de la encuesta

EMPRESA CONTRATANTE:

Cámara de Comercio de Bogotá

EMPRESA CONTRATADA:

Asesores y Consultores en Mercadeo LTDA.

NOMBRE DEL ESTUDIO:

Análisis y establecimiento de la demanda de productos y servicios bogotanos en las diez principales ciudades de Colombia

UNIVERSO:

Empresarios de las 10 ciudades más importantes de Colombia, según sectores de la actividad productiva segmentados de acuerdo al tamaño.

CIUDADES EVALUADAS:

Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Pereira, Manizales, Ibagué, Cúcuta y Armenia.

TAMAÑO DE LA MUESTRA:

2000 Encuestas nivel global
200 por ciudad evaluada

TIPO DE ESTUDIO:

Cuantitativo – Descriptivo

METODOLOGÍA:

Encuesta presencial

INSTRUMENTO:

Cuestionario semiestructurado con opciones de respuesta cerradas y abiertas.

MARGEN DE ERROR:

Global: 2.5%

Confiabilidad: 95%



4. Resultados de la encuesta

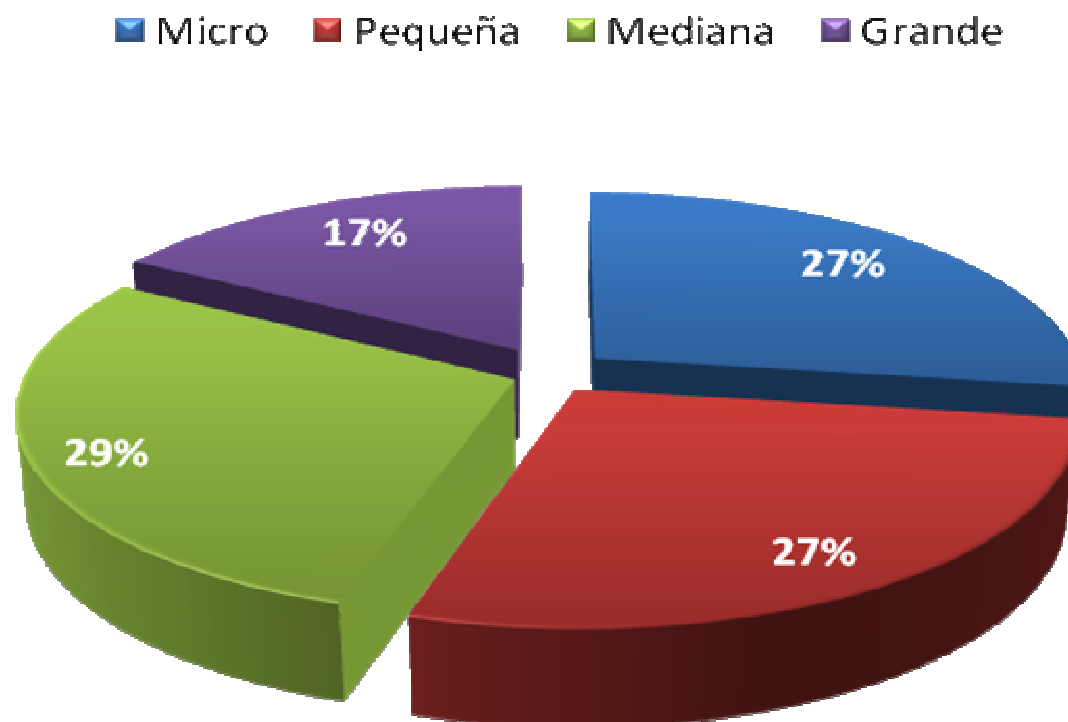
4.1. Caracterización de las empresas encuestadas

**4.2. Principales aspectos de la demanda de productos
bogotanos**

**4.3. Principales aspectos de la demanda de servicios
bogotanos**

4.1. Caracterización de las empresas encuestadas

Tamaño

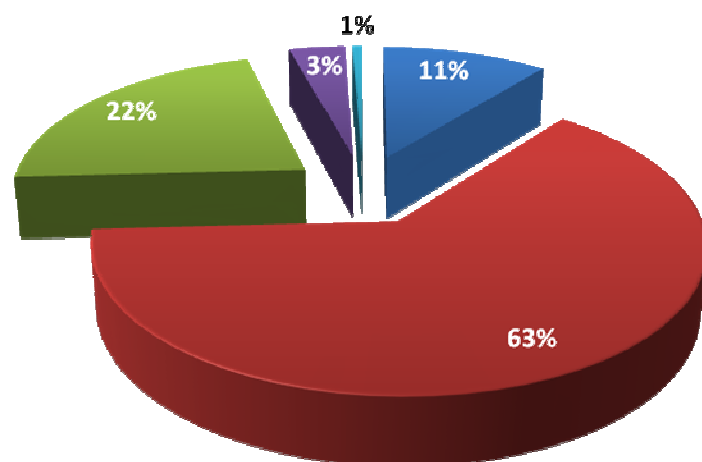


Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.1. Caracterización de las empresas encuestadas

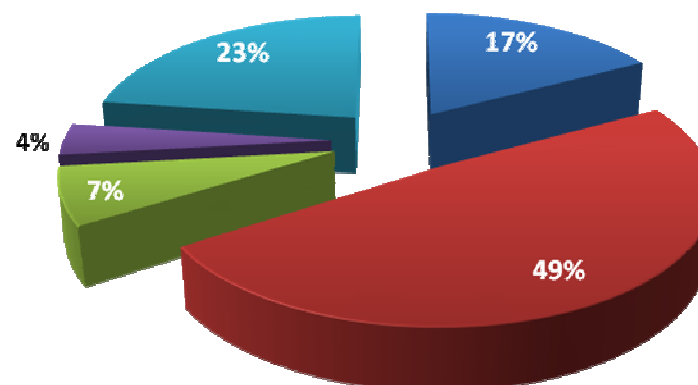
Sector Económico

■ Industria ■ Comercio ■ Servicios ■ Construcción ■ Agrícola



Servicio que presta la empresa

■ Comercializadora al por mayor ■ Comercializadora al por menor
 ■ Productora al por mayor ■ Productora al por menor
 ■ Proveedora de servicio



Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

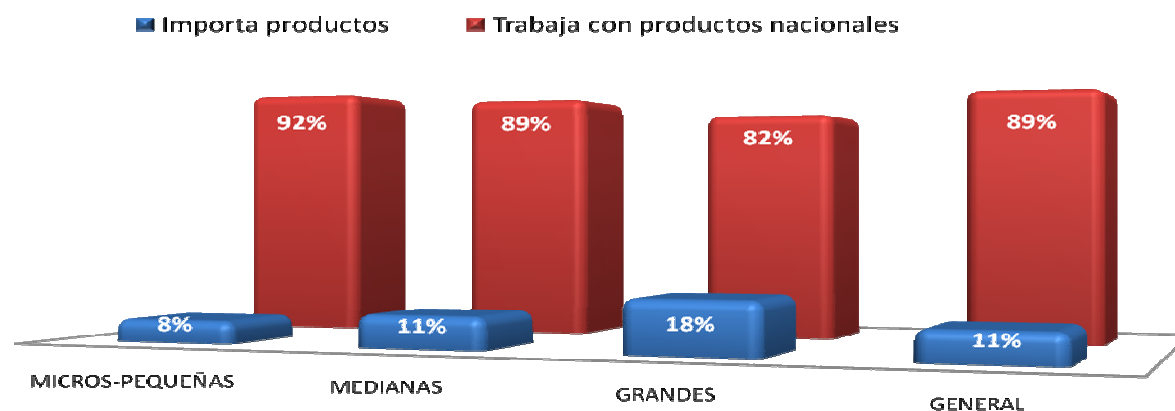


4.2. Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos

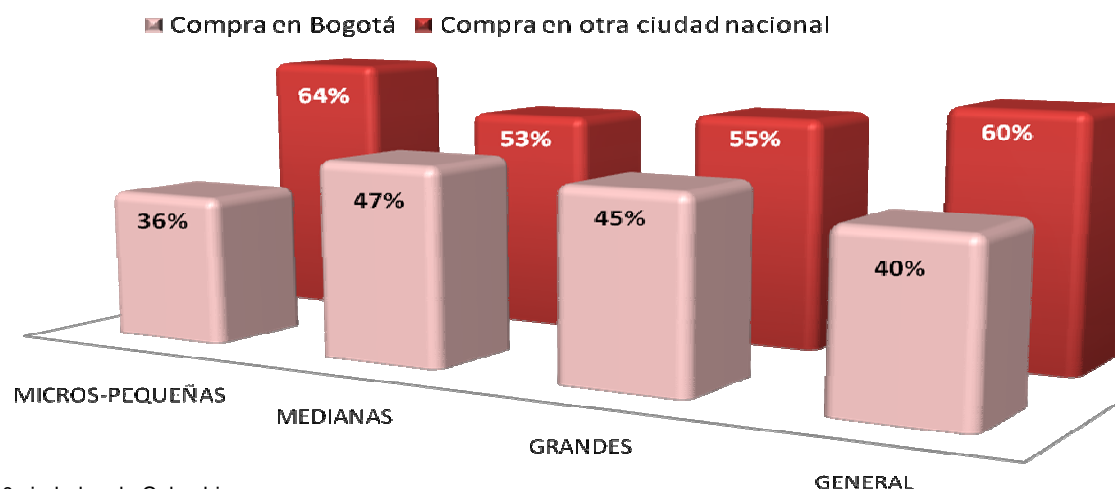
4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Características de los productos demandados



La mayor parte de los empresarios encuestados prefiere comprar sus productos en el país. El 40% de ellos compra productos o materia prima en el mercado bogotano.



4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Características de los productos demandados

n = 1990

	Armenia	Barranquilla	Bucaramanga	Cali	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Manizales	Medellín	Pereira	Global
Ciudad extranjera	8%	18%	11%	7%	3%	2%	4%	10%	29%	5%	9%
Ciudad nacional	93%	83%	89%	94%	97%	99%	96%	91%	72%	96%	91%

La mayoría de empresarios de las ciudades encuestadas (91%) realizan sus compras de productos en el mercado nacional.

n = 1900

	Armenia	Barranquilla	Bucaramanga	Cali	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Manizales	Medellín	Pereira	Total
Compra en otra ciudad nacional	49%	73%	42%	82%	75%	24%	71%	64%	62%	57%	60%
Compra en Bogotá	51%	27%	59%	19%	25%	76%	30%	37%	38%	43%	40%

Las ciudades que más compran productos al sector empresarial bogotano son Cúcuta (76%), Bucaramanga (59%) y Armenia (51%).

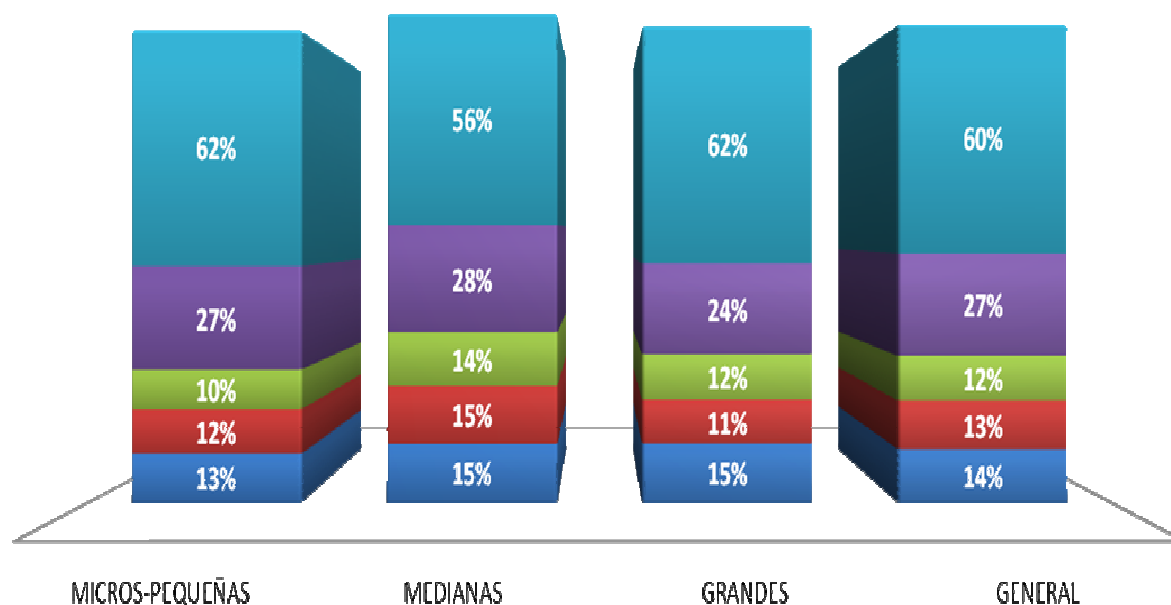
Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Períodos del año en que la empresa se abastece más del producto

■ Primer trimestre ■ Segundo trimestre ■ Tercer trimestre ■ Cuarto trimestre ■ A lo largo de todo el año



Más de la mitad de las empresas de las ciudades encuestadas (60%) se abastecen de productos de Bogotá durante todo el año.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Factores que motivan al empresario a comprar en Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Solo se consigue en Btá	41%	43%	47%	43%
Precios competitivos	40%	44%	34%	40%
Alta calidad del producto	37%	33%	41%	37%
Variedad de productos	12%	10%	5%	10%
Facilidades de pago del producto	10%	9%	7%	9%
Cumplimiento en tiempos de entrega	7%	7%	6%	7%
Venta de productos exclusivos	4%	7%	8%	6%
Buen servicio al cliente	5%	3%	3%	4%
Otras	8%	11%	9%	9%

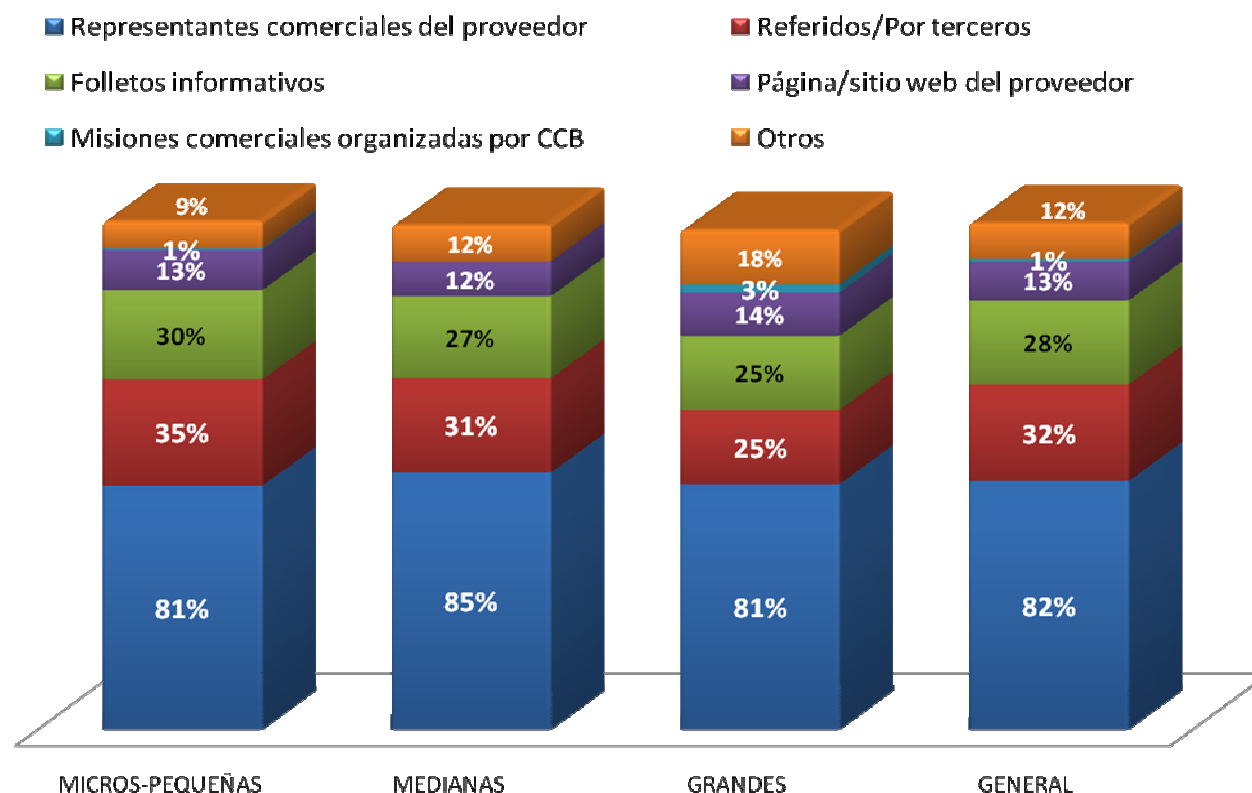
El principal factor para comprar productos en el mercado Bogotano es que algunos de estos sólo se proveen en Bogotá.

Otros factores importantes para adquirir productos en el mercado de Bogotá, son los precios competitivos y alta calidad que caracterizan a los productos bogotanos.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Principales medios por los cuales el empresario conoció los productos del mercado de Bogotá.



El principal medio para ofrecer los productos bogotanos en otras ciudades es a través de representantes comerciales.

Cada vez es más importante la publicidad en internet y medios impresos. El 8% de los encuestados conoce los productos de Bogotá a través de ferias de exposición, ruedas de negocio y misiones comerciales.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo, LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Razones principales, por las cuales el empresario de otras ciudades, NO compra productos al mercado de Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Facilidad de consecución en la ciudad evaluada	24%	22%	29%	24%
Precios no competitivos	20%	27%	14%	21%
Por demora en la entrega del producto	20%	18%	16%	19%
Falta de promoción/ publicidad de los productos	15%	20%	18%	17%
Falta de óptimas condiciones comerciales	7%	3%	3%	5%
Baja calidad del producto	4%	2%	2%	3%
Solo lo vende el proveedor actual	2%	3%	5%	3%
Mal servicio al cliente	2%	3%	2%	2%
Solo se consigue fuera del país	2%	1%	4%	2%
Otras	4%	3%	8%	4%

La mayoría de empresarios no compran productos en Bogotá por que los pueden adquirir en su ciudad.

Los empresarios bogotanos para ampliar su mercado deben ofrecer precios más competitivos y reducir los tiempos de entrega.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Principales condiciones de negocio, que los clientes de otras ciudades exigen a sus proveedores actuales

	MICROPEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Condiciones relacionados con precios y pagos	42%	42%	39%	42%
Cumplimiento con tiempos de entregas de productos	41%	45%	37%	42%
Alta calidad del producto	26%	27%	32%	27%
Óptimas condiciones físicas de entrega del producto	21%	22%	20%	21%
Óptima política de negociación	9%	8%	7%	9%
Precios competitivos	6%	8%	6%	7%
Buen servicio al cliente	3%	3%	3%	3%
Otras	6%	7%	10%	7%

Las principales condiciones de negocios que exigen los empresarios de otras ciudades se relacionan con los precios y las facilidades de pago (42%). Los clientes de los productos bogotanos prefieren pagar sus pedidos a crédito (78%) y de contado el 21%.

Otra condición es cumplir los tiempos de entrega.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo, LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Principales debilidades que tienen los empresarios bogotanos, posicionando sus productos en otras ciudades.

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Ninguna	30%	26%	27%	28%
Demora en los tiempos de entrega	27%	20%	28%	25%
Precios poco competitivos	18%	24%	23%	21%
Mal servicio al cliente	19%	26%	14%	20%
Bajo nivel de publicidad/ mercadeo	16%	19%	17%	17%
Bajo nivel de stock de productos	6%	6%	10%	7%
Baja calidad del producto	5%	5%	3%	4%
Muchos proveedores en el mercado de Bta.	3%	3%	3%	3%
Falta de óptimas políticas de negociación	3%	5%	1%	3%
Bajo nivel de servicio post venta	2%	0%	2%	1%

Para fortalecer su presencia en el mercado, los empresarios bogotanos deben mejorar las estrategias de servicio al cliente en tiempos de entrega y atención al cliente.

Así mismo, ofrecer precios competitivos y ampliar su presencia con mayor publicidad y mercadeo.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo, LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Principales fortalezas que tienen los empresarios bogotanos, posicionando sus productos en otras ciudades

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Alta calidad de los productos	45%	37%	51%	43%
Manejo de altos niveles de stock de producto	43%	47%	36%	43%
Precios competitivos	25%	31%	20%	26%
Buen servicio al cliente	10%	7%	13%	10%
Son distribuidores exclusivos de ciertos productos	10%	8%	8%	9%
Óptimas condiciones comerciales	9%	8%	6%	8%
Llegan productos de todos lados	4%	6%	5%	5%
Empresas con alto nivel de posicionamiento	4%	1%	6%	3%
Otras	4%	7%	6%	6%

Los clientes de las empresas de Bogotá perciben como principales fortalezas la alta calidad (43%) y el manejo de amplios inventarios (43%) de los productos demandados

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Característica primordial que debe tener el proveedor de productos, al que el empresario de otras ciudades le compra

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Que venda productos con alta calidad	38%	34%	38%	37%
Que de buen servicio al cliente	19%	21%	20%	20%
Que tenga experiencia y trayectoria de la empresa	12%	15%	11%	12%
Que maneje buenas políticas de precios	11%	10%	11%	11%
Que tenga amplia variedad de productos	8%	7%	9%	8%
Otras	12%	12%	11%	12%

Para posicionar los productos bogotanos en otras ciudades, los empresarios deben mantener y mejorar la calidad del producto y fortalecer sus estrategias de servicio al cliente.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Sectores en los cuales el empresario bogotano, tiene mayores oportunidades para vender o posicionar mejor sus productos

	MICROS PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
No sabe/ No responde	47%	47%	44%	46%
Sector de los servicios	23%	24%	26%	24%
Sector del comercio	19%	18%	18%	18%
Sector industrial	16%	16%	20%	17%
Sector de la construcción	8%	6%	6%	7%
Sector tecnológico	6%	5%	7%	6%
Sector de las telecomunicaciones	4%	8%	5%	5%
Sector de la salud humana o animal	2%	1%	2%	2%
Otros	2%	2%	4%	2%

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

En los servicios, el comercio y la industria se encuentran las oportunidades para ampliar el mercado y posicionar más productos con valor agregado en el mercado nacional.

Los servicios técnicos y profesionales a las empresas y personales, de transporte, logística y financieros, junto con el comercio especializado, tiene mayor demanda.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



Medios por los cuales, los empresarios de otras ciudades les gustaría saber de los productos ofertados en el mercado de Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Contacto comercial directo	70%	73%	63%	70%
Internet	31%	32%	31%	31%
Televisión	29%	23%	29%	27%
Eventos sectoriales en la ciudad	26%	28%	26%	26%
Ferias de exposición en la ciudad	25%	26%	26%	26%
Revistas	20%	20%	20%	20%
Envío de correos electrónicos	17%	18%	22%	18%
Radio	15%	11%	13%	14%
Invitaciones a ferias en Bogotá	9%	10%	11%	10%
La prensa impresa	10%	7%	9%	9%
Ruedas de negocios	8%	7%	11%	8%

El contacto directo, con agentes comerciales de las empresas, es para los empresarios de otras ciudades el medio más efectivo para conocer los productos bogotanos.

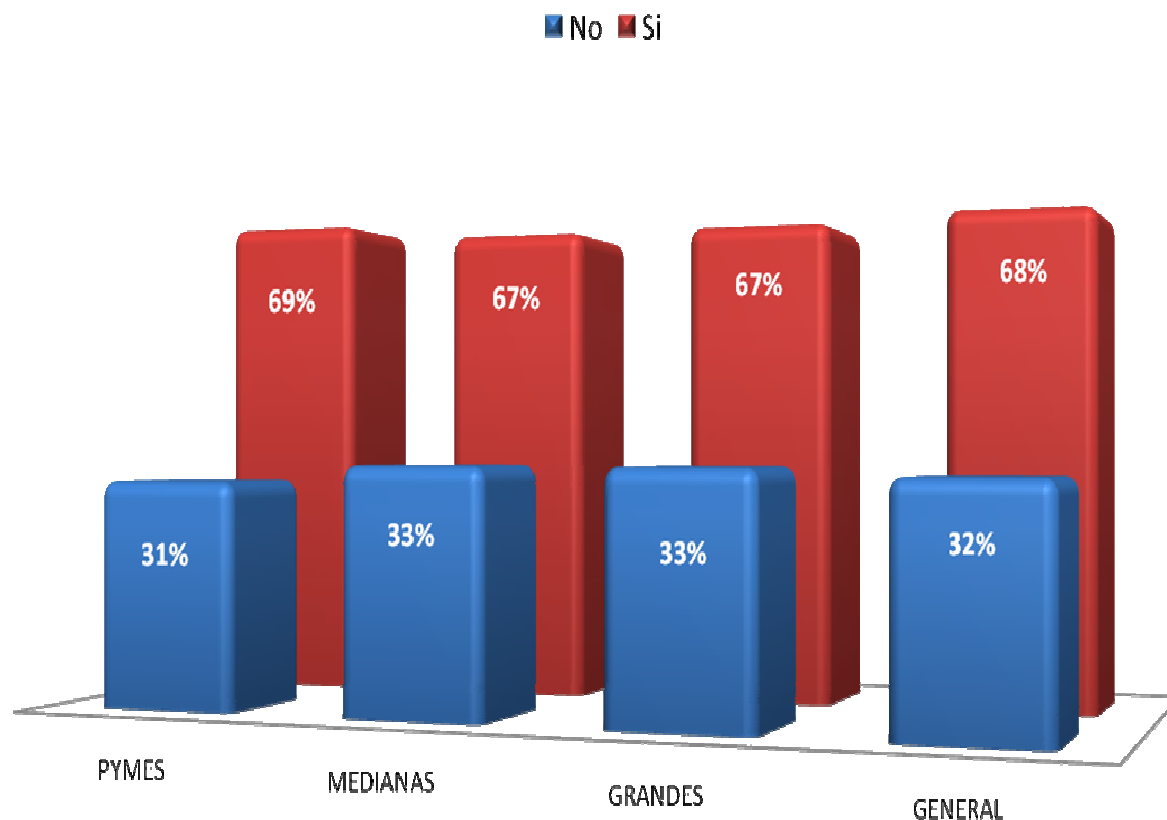
También, realizar eventos sectoriales, ferias de exposición y ruedas de negocios en la ciudad, utilizar internet y la televisión.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



¿Cree que los productos ofertados por las empresas de Bogotá, son altamente conocidos entre los empresarios de ésta ciudad?



En general, los empresarios de otras ciudades consideran que los productos que ofrecen las empresas de Bogotá son conocidos en su ciudad (68%).

Sin embargo, para el 32% no son conocidos.

4.2 Principales aspectos de la demanda de productos bogotanos



¿Cuál cree que sería el medio más indicado, para tener un mejor conocimiento o información de los productos ofertados por el mercado de Bogotá?

	PYMES	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Tener más representantes comerciales en la ciudad	38%	40%	35%	38%
Realización de ferias en la ciudad	31%	29%	30%	31%
Ejecución de campañas promocionales en la ciudad	16%	15%	16%	16%
Información por medios masivos de comunicación	10%	7%	9%	9%
Invitaciones para participar en ferias en la capital del país	4%	6%	9%	5%
Internet	1%	1%	0%	1%

En general, el contacto comercial es el más importante (38%).

Así mismo, las ferias en la ciudad es (31%) y campañas promocionales.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009. Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

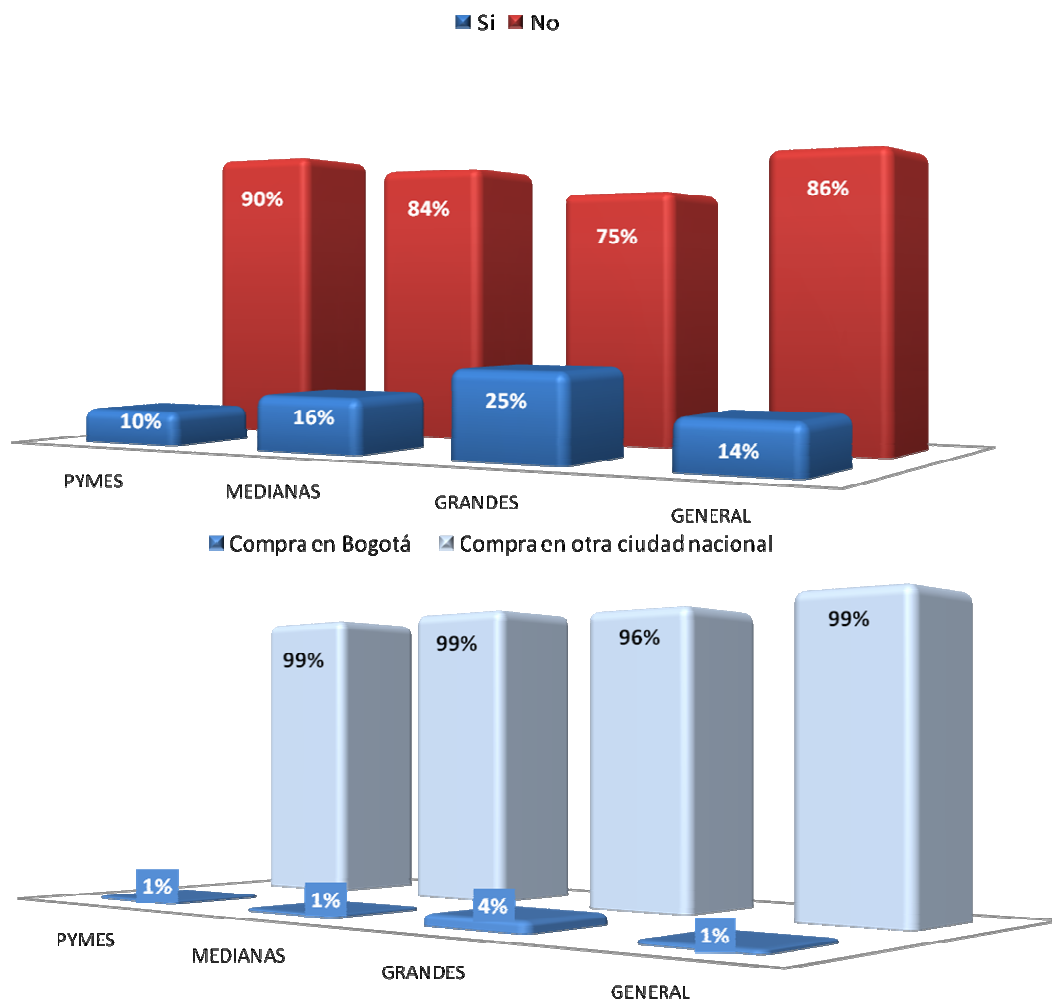


4.3. Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Características de los servicios demandados



La mayoría de los empresarios encuestados no adquiere servicios.

Entre los empresarios que contratan servicios, todos los adquieren en el mercado nacional y de estos sólo el 1% lo hacen en Bogotá.

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Características de los servicios demandados

n = 2000

¿Se tiene contratado un servicio?	Armenia	Barranquilla	Bucaramanga	Cali	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Manizales	Medellín	Pereira	Total
No	63%	86%	85%	86%	96%	99%	99%	83%	81%	81%	86%
Si	37%	14%	15%	14%	4%	1%	1%	17%	19%	19%	14%

Armenia, Pereira y Medellín, son las ciudades que más contratan servicios.

n = 2000

	Armenia	Barranquilla	Bucaramanga	Cali	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Manizales	Medellín	Pereira	Global
Compra en otra ciudad nacional	100%	98%	100%	99%	98%	100%	100%	99%	97%	98%	99%
Compra en Bogotá	1%	3%	1%	1%	2%	0%	0%	2%	3%	2%	1%

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

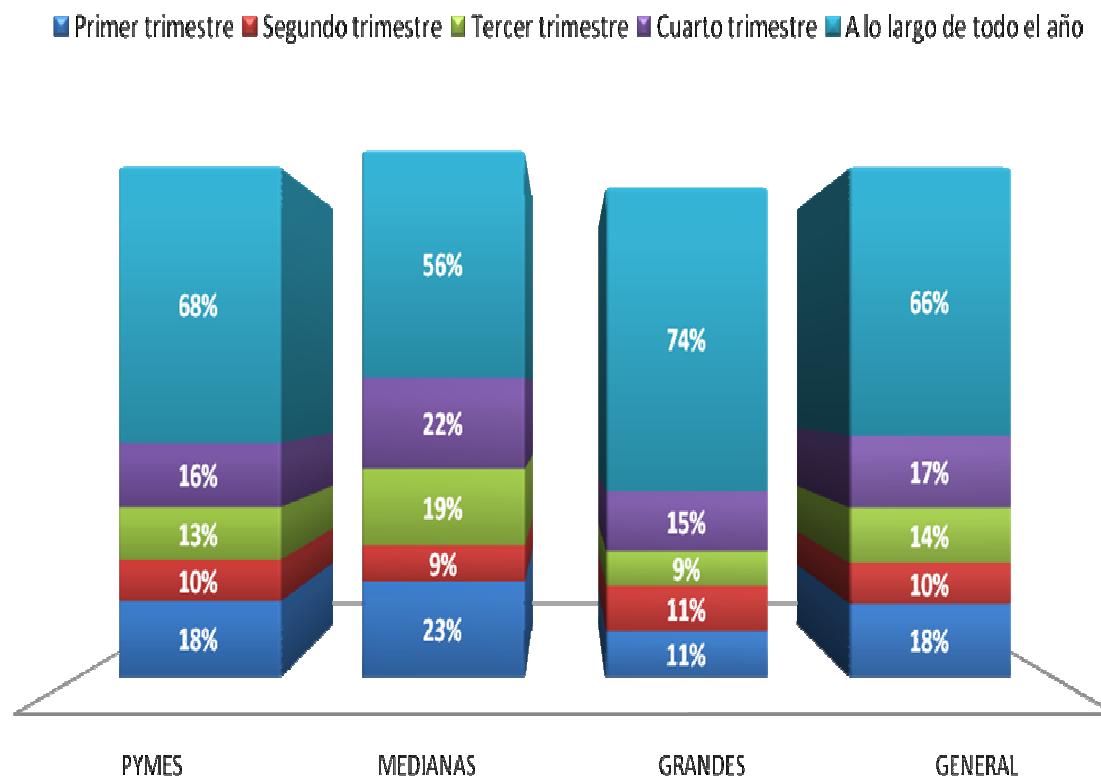
Barranquilla, Medellín, Pereira y Cartagena, son las ciudades que más contratan servicios con las empresas de Bogotá.

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Períodos del año en que la empresa se abastece más del producto

Más de la mitad de las empresas de las ciudades encuestadas contratan servicios a lo largo de todo el año.

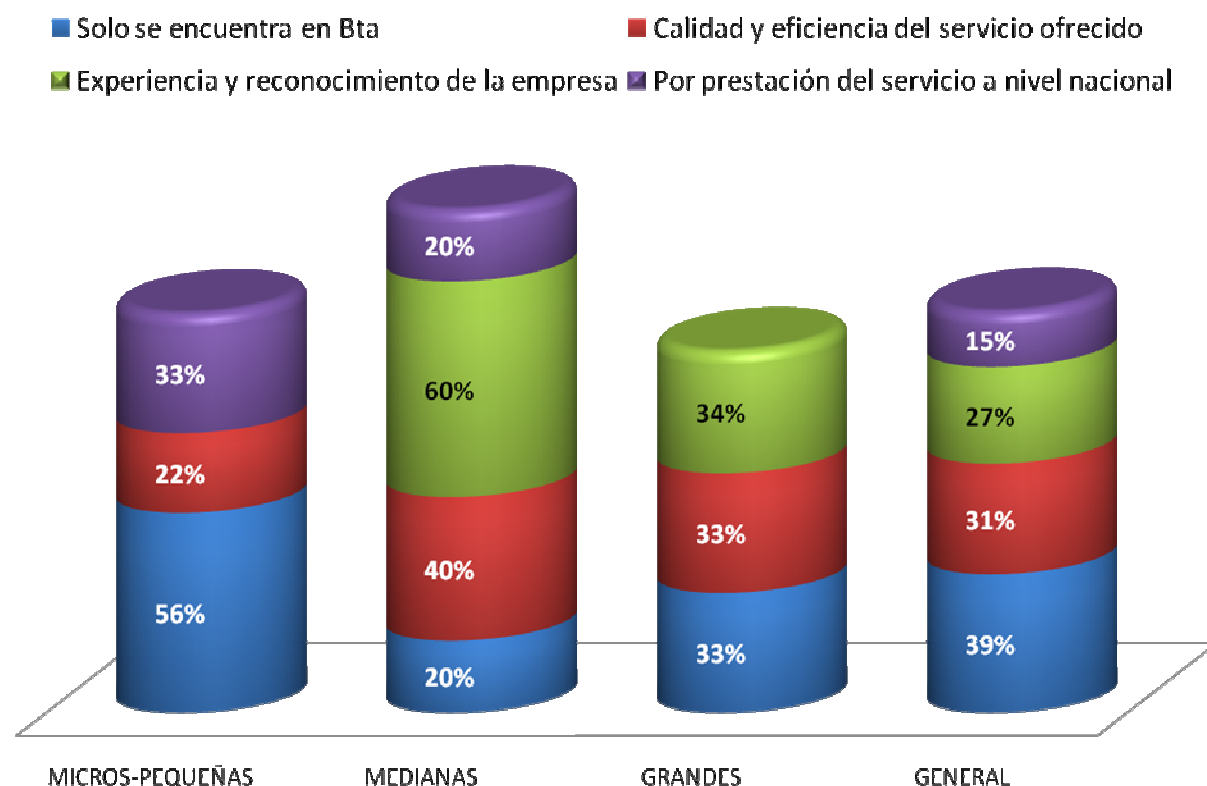


Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 ciudades de Colombia.
Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Factores que motivan al empresario a contratar servicios en la ciudad de Bogotá



Los factores más importantes que motivan al empresario para contratar servicios en Bogotá es que sólo se encuentran en la ciudad (principalmente para las microempresas) y la calidad y eficiencia de los servicios ofrecidos (medianas y grandes empresas)

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Principales medios, por los cuales el empresario conoció los servicios ofertados en el mercado de Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Referidos/ Por terceros	22,20%	80,00%	41,70%	42,30%
Representantes comerciales del proveedor	33,30%	40,00%	41,70%	38,50%
Rueda de negocios	22,20%	20,00%	8,30%	15,40%
Página/ sitio web del proveedor	11,10%	0,00%	16,70%	11,50%
Programas informativos de TV	22,20%	0,00%	8,30%	11,50%
Ferias de exposición en Bogotá	11,10%	40,00%	0,00%	11,50%
Misiones comerciales organizadas por la CCB	0,00%	40,00%	8,30%	11,50%
Folleto informativos	11,10%	0,00%	8,30%	7,70%
Ferias de exposición en su ciudad	11,10%	0,00%	8,30%	7,70%

Los empresarios de otras ciudades principalmente conocen de los servicios ofrecidos por las empresas de Bogotá a través de referidos o por terceros.

Las misiones comerciales, ferias e internet son los medios más efectivos para dar a conocer los servicios.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Razones principales, por las cuales el empresario de otras ciudades, NO contratan servicios al mercado de Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Generación de altos costos	45%	48%	38%	44%
Poca publicidad y promoción de los servicios	25%	49%	25%	33%
El servicio se consigue en la ciudad evaluada	26%	16%	33%	25%
Los servicios ofertados en cada ciudad son de buena calidad	17%	17%	22%	19%
No se dan óptimas condiciones de pago	3%	0%	3%	2%
Altos tiempos de entrega del servicio	2%	1%	0%	1%

Los empresarios que no contratan servicios en Bogotá lo hacen por los altos costos y la falta de publicidad o promoción de los servicios .






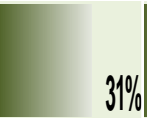


















Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Principales condiciones de negocio, que los clientes de otras ciudades exigen a sus proveedores actuales

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Cumplimiento en los plazos de entrega del servicio	 29%	 37%	 43%	 36%
Óptimas políticas de negociación	 35%	 31%	 20%	 29%
Experiencia y trayectoria de la empresa	 26%	 31%	 31%	 29%
Excelente calidad del servicio	 22%	 21%	 26%	 23%
Que sean especialistas en el servicio requerido	 6%	 6%	 15%	 9%
Que ofrezcan precios competitivos	 7%	 10%	 4%	 7%

Los empresarios de otras ciudades principalmente exigen a los proveedores de Bogotá cumplir con los plazos en la prestación del servicio.

La experiencia y trayectoria de la empresa que presta el servicio es otro requisito importante.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Principales debilidades que tienen los empresarios bogotanos, posicionando sus servicios en otras ciudades.

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Ninguna	33%	60%	50%	46%
Distancia a la que está Bta de mi ciudad	22%	40%	17%	23%
Políticas de negociación no ajustadas a las necesidades de la empresa	22%	0%	17%	15%
Precios no competitivos	33%	0%	0%	12%
Baja calidad de los servicios	11%	0%	8%	8%
Falta de publicidad y promoción de los servicios	0%	0%	17%	8%
Mal servicio al cliente	11%	20%	0%	8%
Falta de variedad de servicios ofertados	0%	0%	8%	4%

Para los clientes de otras ciudades, la distancia de su ciudad con Bogotá, las políticas de negociación y los precios no competitivos son las principales debilidades de los empresarios bogotanos.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Principales fortalezas que tienen los empresarios bogotanos, posicionando sus servicios en otras ciudades

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Experiencia y trayectoria de la empresa	44%	20%	58%	46%
Alta calidad del servicio ofrecido	33%	20%	17%	23%
Óptimas políticas de negociación	33%	20%	8%	19%
Buen servicio al cliente	11%	40%	17%	19%
Cumplimiento con el tiempo de entrega del servicio	0%	40%	8%	12%
Ninguna	11%	20%	0%	8%

Los clientes de otras ciudades identifican como fortalezas de los empresarios de Bogotá la experiencia de la empresa y la alta calidad del servicio ofrecido.

Los empresarios bogotanos deben hacer esfuerzos por mejorar el cumplimiento en los tiempos de entrega del servicio.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009. Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Característica primordial que debe tener el proveedor de servicios, al que el empresario de otras ciudades le compra

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Experiencia y trayectoria de la empresa	32%	35%	38%	35%
Alta calidad del servicio	33%	33%	27%	31%
Cumplimiento en tiempos de entrega del servicio	16%	12%	16%	15%
Buen servicio al cliente	9%	11%	7%	9%
Manejar precios competitivos	5%	3%	5%	4%
Estar legalmente constituidos	1%	3%	5%	3%
Tener un alto número de representantes comerciales	3%	0%	1%	1%
Ninguna	1%	1%	1%	1%

La experiencia y trayectoria del proveedor y la alta calidad del servicio, son los principales factores para contratar un servicio .

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009. Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



Sectores en los cuales el empresario bogotano, tiene mayores oportunidades para vender o posicionar mejor sus servicios

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Ns/ Nr	39%	30%	32%	34%
Mercadeo y publicidad	28%	34%	26%	29%
Sector del comercio	13%	12%	10%	12%
Servicios profesionales	8%	11%	13%	11%
Temas de servicio al cliente	6%	7%	10%	7%
Sector de las telecomunicaciones	4%	4%	7%	5%
Seminarios/ cursos de capacitación	5%	4%	4%	4%
Sector de la construcción	4%	4%	1%	3%
Sector industrial	3%	3%	2%	3%
Otros	9%	8%	16%	11%

En mercadeo y publicidad, comercio y servicios personales, están las mayores oportunidades para los proveedores bogotanos

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009. Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá

4.3 Principales aspectos de la demanda de servicios bogotanos



¿Cuál cree que sería el medio más indicado, para tener un mejor conocimiento o información de servicios ofertados por el mercado de Bogotá?

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Tener más representantes comerciales en la ciudad	37%	50%	39%	42%
Realización de ferias en la ciudad	21%	25%	33%	26%
Ejecución de campañas promocionales en la ciudad	19%	12%	11%	15%
Información por medios masivos de comunicación	12%	8%	9%	10%
Invitaciones para participar en ferias en la capital del país	10%	4%	7%	7%
Asesoría personalizada	1%	1%	1%	1%

Los representantes comerciales, las ferias en cada ciudad y las campañas promocionales son los medios más recomendados para dar a conocer los servicios de las empresas de Bogotá.



5. Conclusiones



5. Conclusiones

Principales obstáculos que la empresa tiene, para adquirir los productos y servicios ofrecidos por los proveedores de Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Desconocimiento de lo que ofrece el mercado de Bogotá	39%	44%	34%	40%
Limitados canales de comercialización	39%	36%	29%	37%
Demora en los tiempos de entrega de los pedidos	24%	20%	22%	22%
Altos precios de los p/s que se venden en Btá	15%	20%	20%	17%
Baja capacidad de oferta por parte del mercado de Btá	16%	14%	17%	16%
Ninguno	12%	12%	17%	13%
Otros	6%	5%	5%	6%

La falta de conocimiento sobre los servicios que se ofrecen, la falta de canales de comercialización y la demora en la entrega, son los principales obstáculos para comparar los productos y servicios producidos en Bogotá

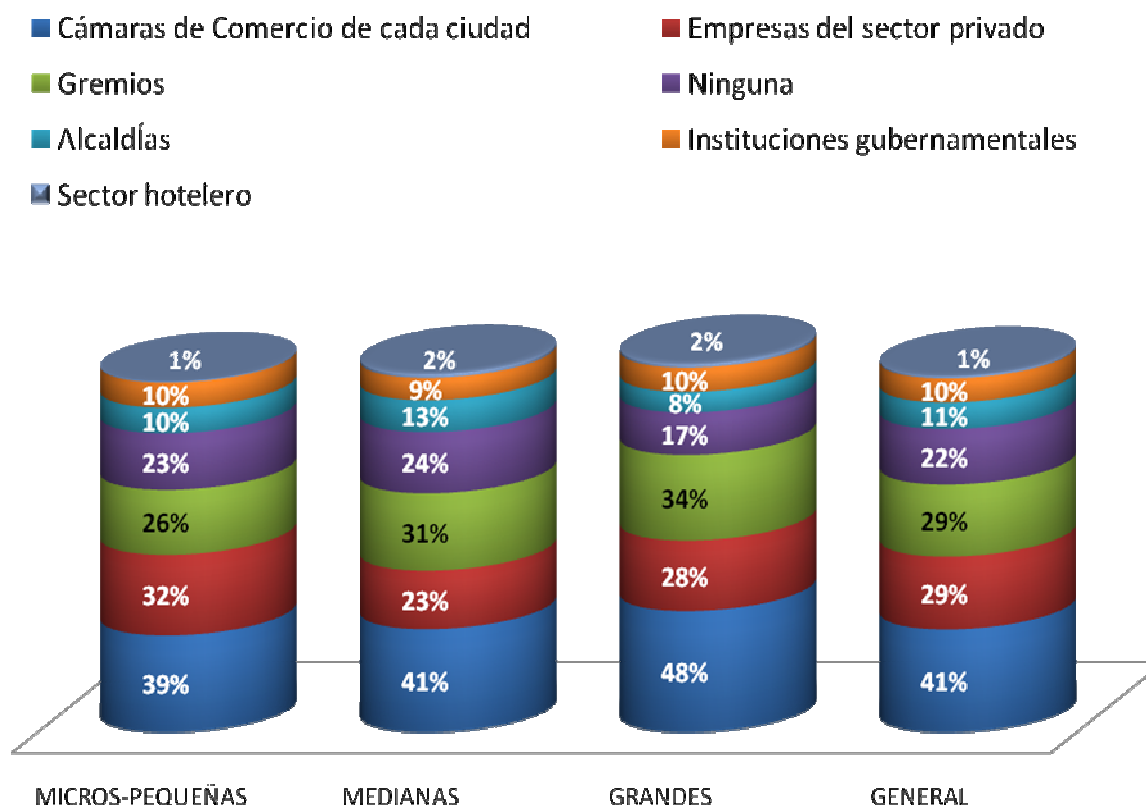
Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá



5. Conclusiones

Principales entidades de cada ciudad, que pueden ayudar a las empresas de Bogotá, a mejorar el conocimiento y posicionamiento de los productos y servicios bogotanos



Los empresarios de otras ciudades identifican a las Cámaras de Comercio, los gremios y las empresas del sector privado, como las entidades más efectivas para mejorar el conocimiento y posicionar los productos y servicios bogotanos.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá



5. Conclusiones

Principales aspectos, que deben fortalecer los empresarios de Bogotá

	MICROS-PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	GENERAL
Hacer más mercadeo/ publicidad	44%	44%	41%	44%
Dar precios más competitivos	20%	19%	15%	19%
Mejorar el servicio al cliente	18%	17%	19%	18%
Mejorar la calidad de los P/ S	16%	16%	13%	15%
Más representantes de ventas	14%	16%	15%	15%
Establecer mejores condiciones comerciales	11%	10%	11%	11%
Ser cumplido en las entregas de los P/ S	10%	9%	11%	10%
Ns/ N r	4%	5%	6%	5%
Otros	17%	18%	16%	18%

Mejorar la información y el conocimiento de la oferta en otras ciudades con mayor mercadeo y publicidad, tener precios más competitivos y mejorar el servicio al cliente, son prioridades para ampliar el mercado en otras ciudades.

Fuente: Encuesta sobre la demanda de productos y servicios bogotanos en 10 principales ciudades de Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá – Asesores y Consultores en Mercadeo. LTDA. 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá



5. Conclusiones

Percepción hacia los productos y servicios del mercado de Bogotá

En general, existe una buena percepción sobre los productos y servicios que se producen en Bogotá, especialmente en las grandes empresas y en las medianas aunque menor.

Se destacan como atributos favorables (calificados con más del 80%) por los empresarios de las 10 principales ciudades del país son:

- Bogotá es un buen lugar para adquirir productos o servicios
- Alta calidad de los productos
- Buen servicio de Post Venta
- Satisfacción con los negocios actuales
- Alta probabilidad de seguir realizando negocios en Bogotá



6. Recomendaciones



6. Recomendaciones

- Implementar una estrategia de publicidad y promoción para mejorar el conocimiento sobre la oferta de productos y servicios de Bogotá.
- La capacidad logística en temas de atención comercial (visitas de asesores comerciales), es un factor que influye en la decisión de adquirir los productos o servicios que ofrece Bogotá. Los empresarios deberían desarrollar estrategias de seguimiento comercial, con personal calificado, para que el empresario de fuera de Bogotá, se interese en demandar productos bogotanos.
- Fortalecer el servicio al cliente para responder a sus necesidades y mejorar la entrega del producto y el servicio en el tiempo y lugar establecido por el cliente.



6. Recomendaciones

- Es fundamental tener presencia las ciudades de interés con oficinas o puntos de atención, junto con suficiente cantidad de representantes comerciales para atender los mercados, al mismo que se hace cubrimiento óptimo de sus necesidades.
- Desarrollar estrategias enfocadas a la venta consultiva, en la que el proveedor investiga sobre las necesidades de sus clientes y desarrolla productos y servicios que cubran las necesidades.
- Realizar estudios locales de precios de productos y servicios, al mismo tiempo que se hacen análisis competitivos de los precios de otras ciudades, frente a Bogotá para identificar ventajas competitivas.